

средства обслуживают все аспекты операционной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятий. Каждая хозяйственная операция в любом виде деятельности вызывает либо поступление, либо расходование денежных средств. Непрерывный процесс движения денежных средств во времени представляет собой денежный поток.

Денежный поток представляет собой совокупность распределенных во времени поступлений и выплат денежных средств, генерируемых его хозяйственной деятельностью. Эффективно организованные денежные потоки предприятия являются предпосылкой высоких конечных результатов его хозяйственной деятельности в целом, что обеспечивает финансовое равновесие в процессе его стратегического развития и снижение риска неплатежеспособности. Кроме того, следует отметить, что эффективное управление денежными потоками позволяет сократить потребность предприятия в заемном капитале. В процессе движения денежных средств следует выделить два основных вида денежных потоков:

- положительный, который характеризует совокупность поступлений денежных средств на предприятие от всех видов хозяйственных операций и представляет «приток денежных средств»;
- отрицательный денежный поток, характеризует совокупность выплат денежных средств предприятием в процессе осуществления всех видов его хозяйственных операций и представляет «отток денежных средств».

Рассматривая эти виды денежных потоков, следует обратить внимание на высокую степень их взаимосвязи. Недостаточность объемов одного из них обуславливает последующее сокращение объемов другого вида. Поэтому в системе управления денежными потоками предприятия оба эти вида представляют собой единый управляемый объект. В зависимости от величины этих двух потоков определяют чистый денежный поток, который характеризует разницу между положительными и отрицательными потоками.

## **ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА ПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ**

Т.Г. Толпежнікова, аспірант ДВНЗ «ПДТУ»

Визначення цілей та завдань ціноутворення являється першим кроком до формування цінової стратегії підприємства. Задачі ціноутворення встановлюються в контексті загальних товарно-

ринкових цілей підприємства. Мистецтво визначення ціни полягає в тому, щоб встановити ціну, яка б відповідала оцінці товару споживачем. Якщо ціна нижча за оцінку споживача, то буде втрачено потенційний прибуток, навпаки, завищена ціна зменшуватиме попит. На рис. 1 показано систему рішень підприємства, пов'язаних з визначенням рівня цін.

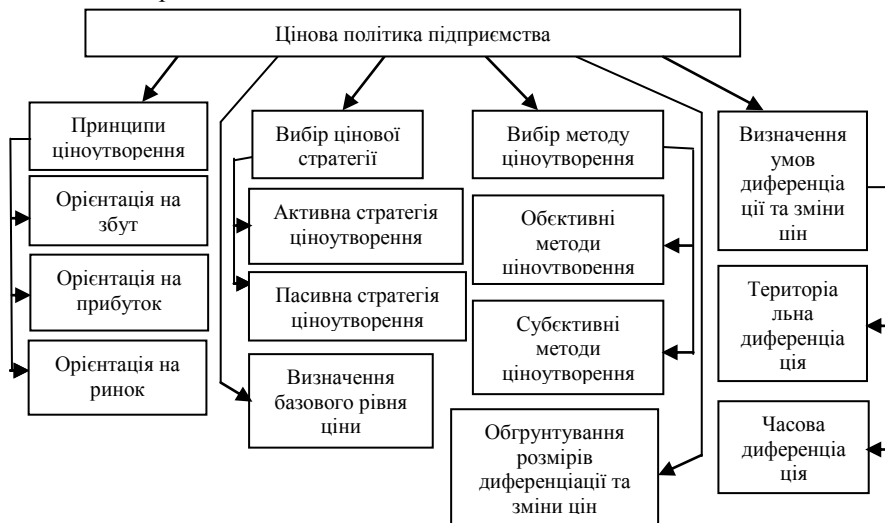


Рис. 1 Зміст цінової політики підприємств

Ціна – це єдиний елемент традиційного маркетингу, який забезпечує продавцю реальний дохід. Вона знаходиться в тісному взаємозв'язку з усіма складовими маркетингу і діяльності фірми в цілому. Саме тому розробці цінової стратегії і цін приділяється максимум уваги з боку керівництва кожного підприємства, якщо за цілі було поставлено ефективну і довгострокову діяльність на ринку.

У процесі розробки політики ціноутворення доцільно дотримуватися таких етапів: 1. Ідентифікація ситуації. 2. Визначення цілей цінової політики. 3. Аналіз цін продуктів-конкурентів з метою визначення цінової еластичності попиту й верхньої межі ціни. 4. Обрахування витрат фірми на виготовлення та реалізацію одиниці продукції з метою визначення еластичності витрат і нижньої межі ціни. 5. Вибір моделі ціноутворення. 6. Вибір стратегії ціноутворення. 7. Прийняття остаточного рішення про ціну на той чи той товар на конкретних ринках збуту.

Одним з найважливіших елементів ринкового механізму є ціна. Процес розробки цінової стратегії включає три етапи: збір вихідної

інформації; стратегічний аналіз; формування остаточної цінової стратегії. Відсутність універсальної стратегії, спонукає кожне окреме підприємство розробляти цінову стратегію відповідно для ринкової ситуації з метою врахувати всі нюанси взаємних залежностей між витратами, конкурентними умовами і діями і реакцією споживачів і купівельних станів. Таким чином, встановлення цін на конкретний вид продукції - це досить складний і залежить від ряду факторів процес.

## **ПРОАКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ СУКУПНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Р.А. Толпежніков, к.е.н., доц., ДВНЗ «ПДТУ»

В умовах невизначеності ринкового середовища набуває актуальності стале відтворення сукупного потенціалу суб'єктів господарювання. Проблема формування ефективного управління сукупним вирішення потенціалом промислового підприємства вимагає свого теоретичного, методичного і практичного вирішення, що стало би засобом формування, створення нових ресурсів і можливостей.

У нинішніх умовах принципово важливі аналіз фінансових потоків, пошук вигідних джерел фінансування і інвестування, забезпечення фінансової рівноваги дебіторської і кредиторської заборгованості, ефективна податкова і облікова політика. Виходячи з цього, стратегію по управлінню потенціалом підприємства слід розглядати як комплекс заходів по управлінню фінансовими ресурсами підприємства з метою отримання економічної вигоди і безперервної життєдіяльності підприємства.

Механізм формування стратегії управління сукупним потенціалом підприємства складається з наступних етапів: аналіз і виділення з цілей підприємства, пріоритетів при формуванні стратегії управління сукупним потенціалом; розробка конкретних цілей, які ґрунтуються на: аналізі і прогнозі фінансово-сукупного стану зовнішнього середовища; аналізі внутрішнього середовища підприємства; SWOT - аналізі; адаптація до зовнішнього середовища; визначення основних напрямів формування, накопичення, розподілу ресурсів, і пошук нових джерел фінансування; формування елементів стратегії управління сукупним потенціалом; розробка стратегії управління сукупним потенціалом в конкретних фінансових програмних документах і стратегічних планах; реалізація стратегії управління сукупним потенціалом; аналіз і контроль стратегії управління сукупним потенціалом.